

AI 潮起

2024中国新科技出海报告

CONTENTS

01

新技术与互联网全球化
2023年回顾

02

新技术：
AIGC引领生产力变革

03

游戏新势力：
复合玩法革新，挖掘潜力市场

04

内容出海亮点：
短剧及IP链条的进一步延伸

05

新工具：
AI助推企业端服务快速智能化

06

2024年
新技术出海趋势展望

01 新科技与互联网全球化 2023年回顾

2023年全球宏观情况纵览：经济保持韧性，互联网硬件设备持续发展

2023年全球互联网进一步摆脱疫情带来的线上使用习惯，在硬件使用和网络设备上依旧保持着稳健的发展。在新兴市场移动硬件的渗透率进一步增长，也给更多需求带来了互联网化的赋能。但全球宏观经济增长放缓、通胀压力增大、地缘政治等冲击对部分国家的付费意愿，出海企业的本土合规带来一定的压力。

2023年全球宏观趋势影响



美国

经济保持韧性，私人消费稳步增长，实际工资增长



欧洲

供给端和信心恢复，能源价格下降稳定实际收入



东南亚

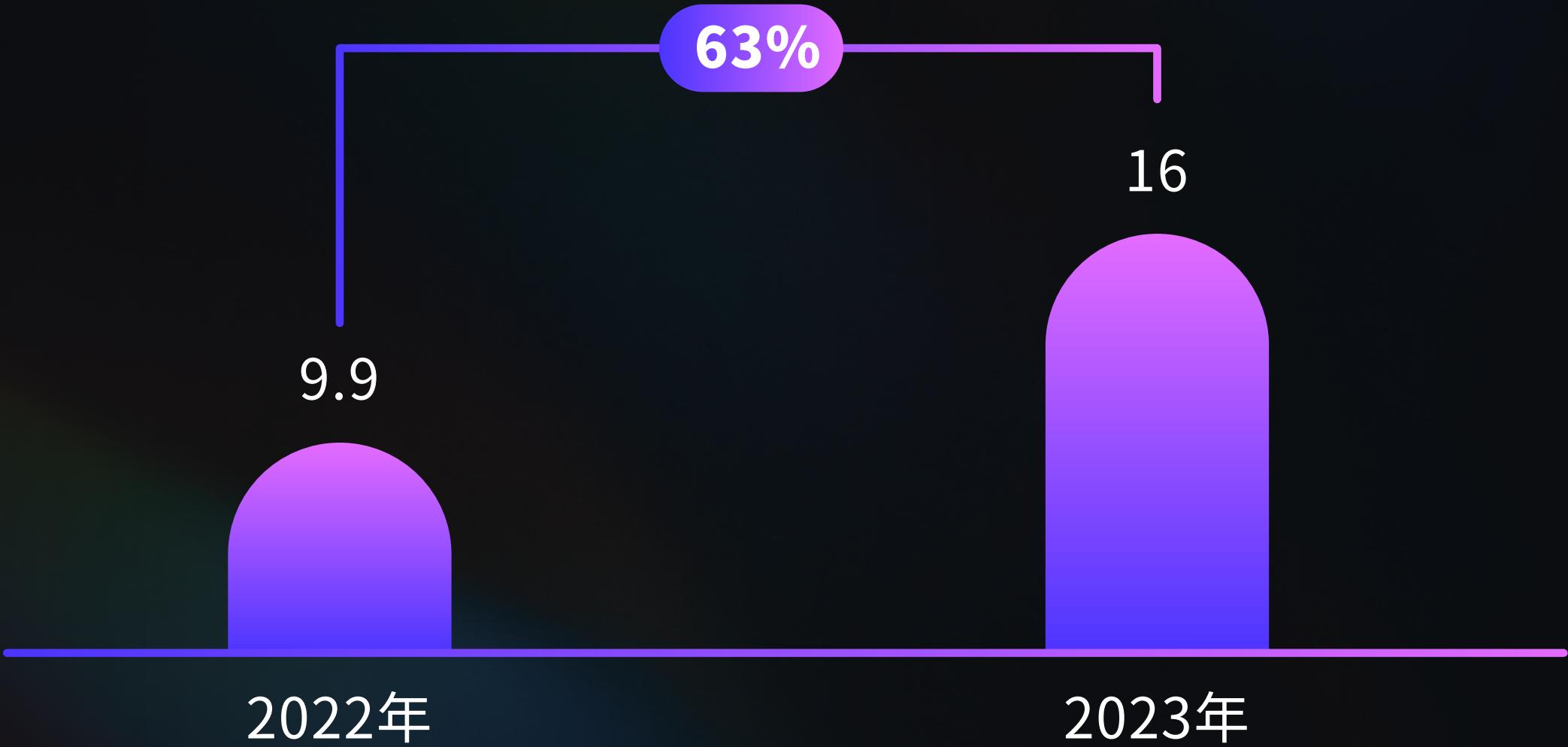
内外需下降，经济增长不及预期，政策刺激空间有限



拉美

增速快于预期，消费持续增长，控制通胀率压力仍然较大

2022-2023年全球5G用户(亿人)变动



数据来源：2023《爱立信移动报告》

2023年全球有6.1亿新增5G用户，比2022年增长63%，使全球5G用户总数达到**16亿**。**北美地区**的5G用户继续保持强劲增长。到2023年底，该地区预计将拥有全球最高的5G用户普及率。

海外移动互联网规模变动：AI加持效用工具，出海应用持续投入

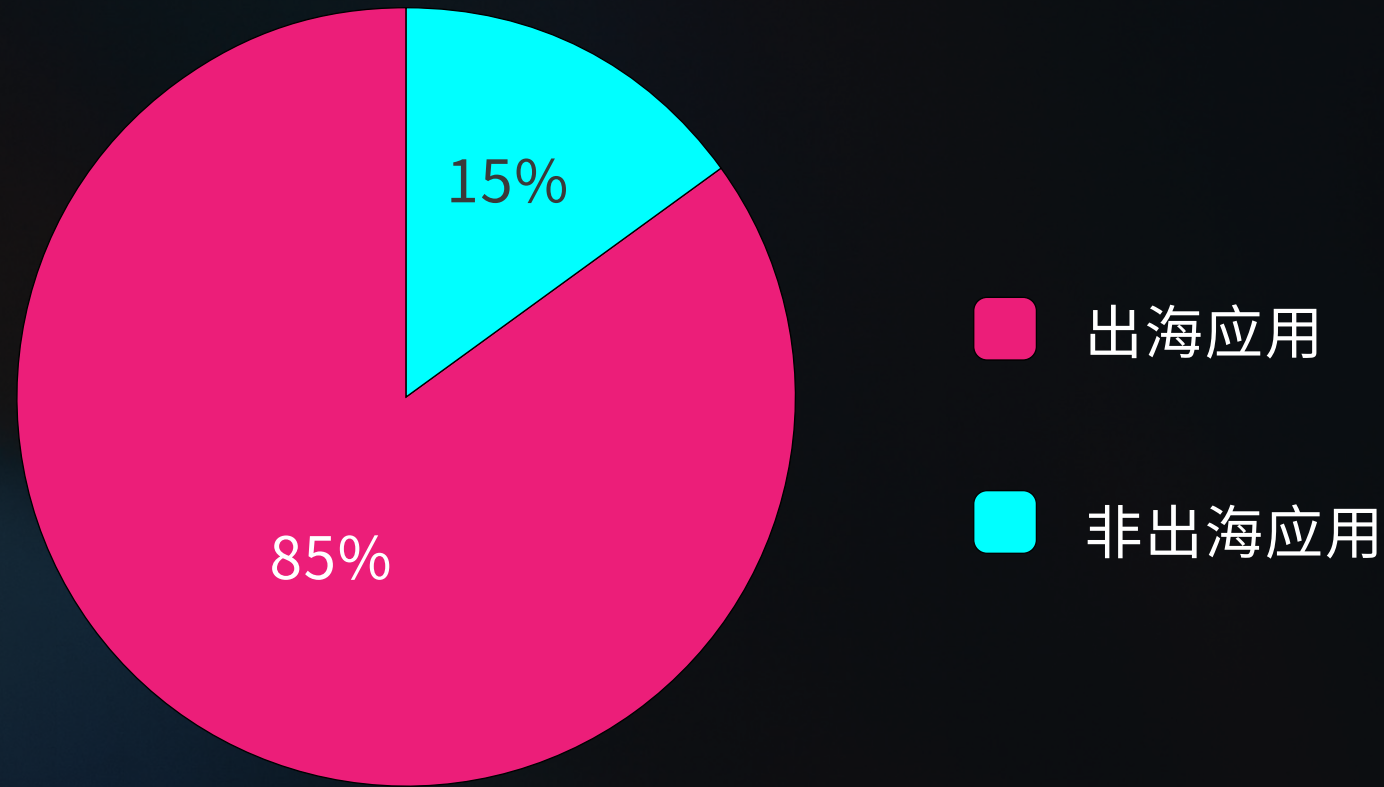
2023年的海外互联网市场从行业、形式到受众都有了新的优化与变动，随着AIGC技术的快速增加，新型效率工具的使用大幅上升，获得了更多关注，AI聊天机器人的数量快速增长，同时，用户在娱乐流媒体、短视频中的内部购买支出持续增长，也给了应用增长持续的动能。从出海行业的营销投放的预算来看，在行业端有更多的预算向内容与生态平台转移，此外，ToB服务生态的关注度提升，也是重大的亮点。

在各行业支出同比增长率最多的应用中，出海应用占据了15%，多在短视频直播、剪辑、网文等行业当中。

2023年海外应用行业规模变化

| 等级 | 下载量同比增长量级最大的五个行业 | 用户支出同比增长量级最大的五个行业 | 使用时长同比增长量级最大的五个行业 |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | 效用和效率 VPN服务与网络加速器 | 娱乐 OTT | 娱乐 短视频 |
| 2 | 生成式人工智能 AI聊天机器人 | 娱乐 短视频 | 社交媒体 通讯 |
| 3 | 娱乐 其他娱乐应用 | 社交媒体 社交约会 | 社交媒体 媒体共享网络 |
| 4 | 效用和效率 工具 | 效用和效率 文件管理 | 娱乐 视频分享 |
| 5 | 社交媒体 微博客 | 娱乐 视频分享 | 社交媒体 社交网络 |

各行业支出增长最快的应用中出海应用比例



全年安卓投放应用top20中,有45%是出海应用。

移动互联网出海趋势：视频内容与AI驱动占据主流趋势

2023年随着海外网络基础设施的发展，海外用户在**多元视频、工具智能化、社交功能增重**方向上都有较大的需求。在2024年社交需求将继续增强，互联网应用的AI化不可避免，用户将越来越向AI原生方向发展，交流与互动的智能化将会对社交、视频、游戏、摄影、工具等多个行业产生变革式影响。



6000万

短剧出海移动应用

2022年收入

6000万美元



60%

沙特阿拉伯社交

(含短视频)

收入占非游戏收入比例



65%

头部AI应用65%实

现正增长

内容视频化

海外用户对情节起伏大, 时长体量小的快节奏竖屏视频内容有日益增长的需求。多个出海短剧受到欧美地区用户欢迎, 收入量级激增, 在海外多区域长时间霸榜。

社交功能增重

出海的语音、视频社交等应用的护城河优势持续增长, 用户市场量级增大, 直播带货在多个市场的渗透率也逐步提升, 说明用户在社交应用上的功能需求持续加重, 对社交出海的玩家有更多挑战和机遇。

一切皆可AI

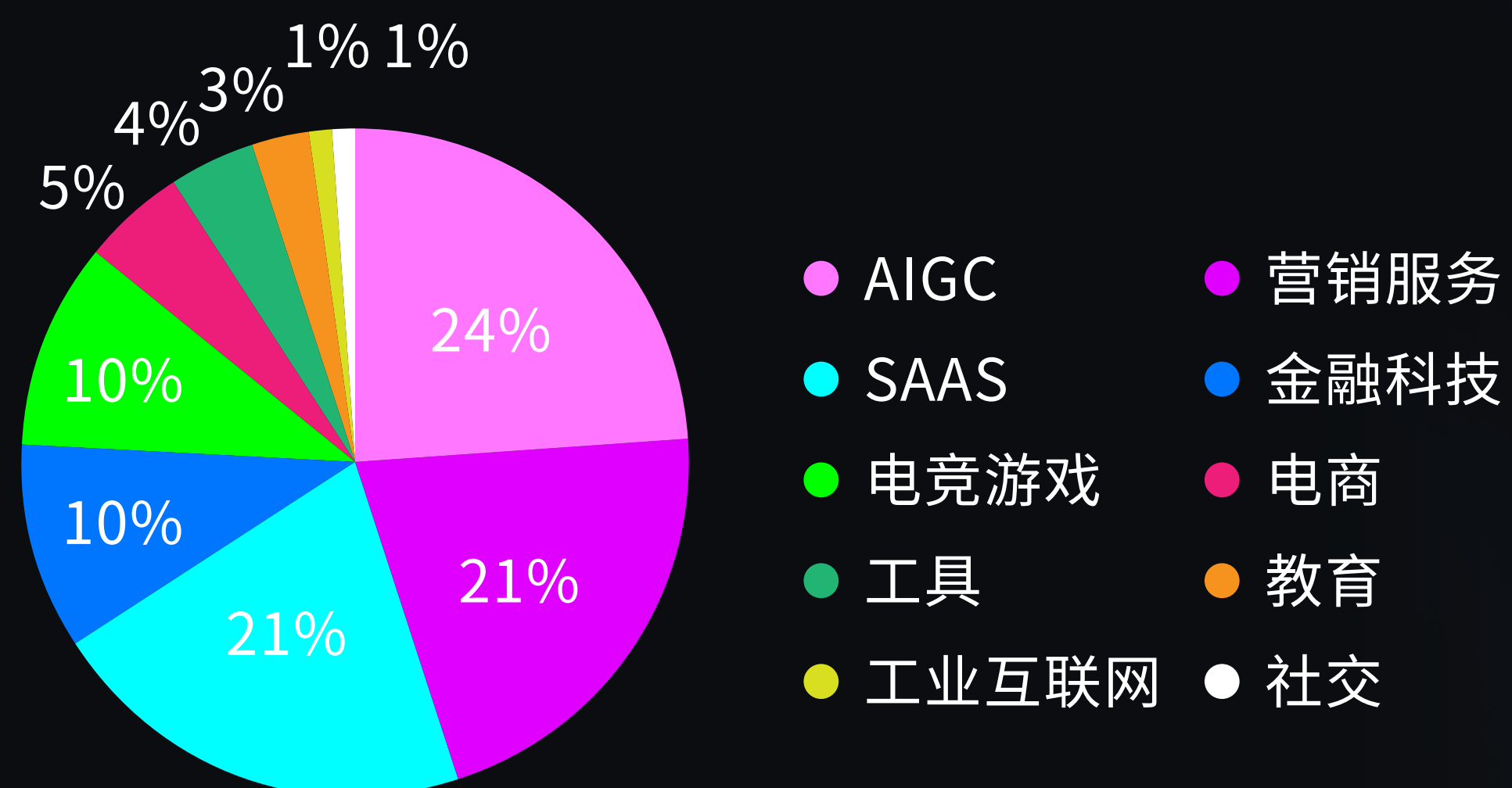
大模型与AI发展速度超乎想象, 除了智能工具外, 内容应用也快速应用AI, AI辅助的内容生产与决策制定的应用预期将在2024年大幅度的增长, 并将成为应用内支付功能的亮点。

互联网全球化融资方向：SaaS扩展国际市场, AIGC商业服务增多

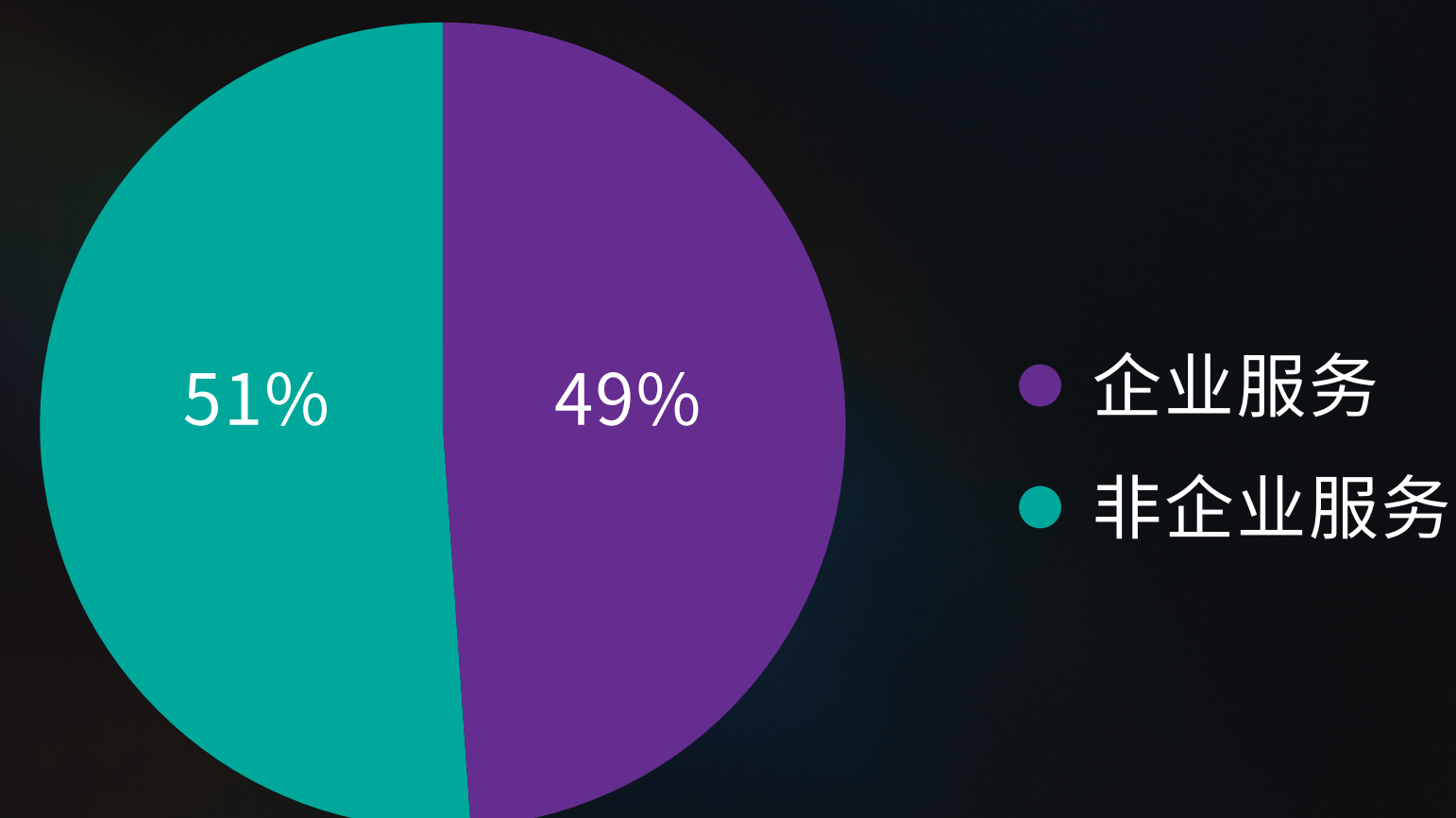
2023年出海新科技与互联网市场的融资处于平稳运行阶段, 较大笔的融资主要集中在AI领域、内容创作、企业服务及电商领域, 总体来讲国内新科技出海融资相比2022年景气度仍有下降。

资本在过去一年对出海的投资主要分布在营销服务, AIGC、大模型等智能化领域, 对于服务商有新的机遇, 投入的品牌也主要集中于欧美地区。AIGC与大模型对资金的吸纳效果明显, 另外, 国内B端的SaaS服务在国内竞争相对饱和的情况下, 也倾向于出海寻求国际市场机遇。

2023年新科技出海融资比例分布



2023年出海融资中企业服务比例



新兴市场的机遇：拉美金融科技快速增长，中东数字化机遇明显

新兴市场中东南亚、拉美、以海湾国家为主的中东地区仍有快速的成长机遇。新兴市场优势与痛点同样明显，数字基建的成长带来了更多的机遇。亮点主要集中在互联网基础设施提升，数字化为各方面赋能方向提升，对于出海企业服务及合规生态有快速的推进空间。

拉美初创金融科技企业数量分布

| | | | |
|--------|--------|---------|--------|
| 巴西1476 | 墨西哥403 | 哥伦比亚212 | 阿根廷175 |
| | | | 智利121 |
| | | 秘鲁 | |

在墨西哥与巴西，金融科技成长迅速，全球创业监测报告显示，拉丁美洲是全球创业率最高的地区，超过15%的成年人口从事创业活动。在服务生态方面有较大的机遇，支付基础设施的上升也会对移动互联网的赋能有很大提速作用。

数据来源：Bloomberg

2023年中东重点地区数字化规划及重点发展行业

| | 规划 | 2023年动态 | 快速发展行业 |
|-----|---|---|-----------------------------|
| 阿联酋 | 数字经济战略, 力争到2032年使数字经济占国内生产总值的比重从10%提高到20%, 十年实现翻倍比重。 | 成立数字化转型服务提供商Core42, 支持企业人工智能和国家级人工智能项目的交付 | 人工智能 政务数字化 金融科技 |
| 沙特 | 2030年在人工智能领域吸引约200亿美元的国内外投资、创建300多家初创企业, 鼓励新能源和以云计算为代表的数字化。 | 政府部分集中进行数字化转型服务, 医疗领域也在数字化。 | 人工智能 电商 本地生活 |
| 卡塔尔 | 强调数字化转型是经济增长的关键支柱, 集中在能源、通信、教育、保健等领域。 | 建设国家人工智能中心。 | 人工智能云服务、政务智能化, 教育、医疗, 新能源汽车 |

02 新技术： AIGC引领生产力变革

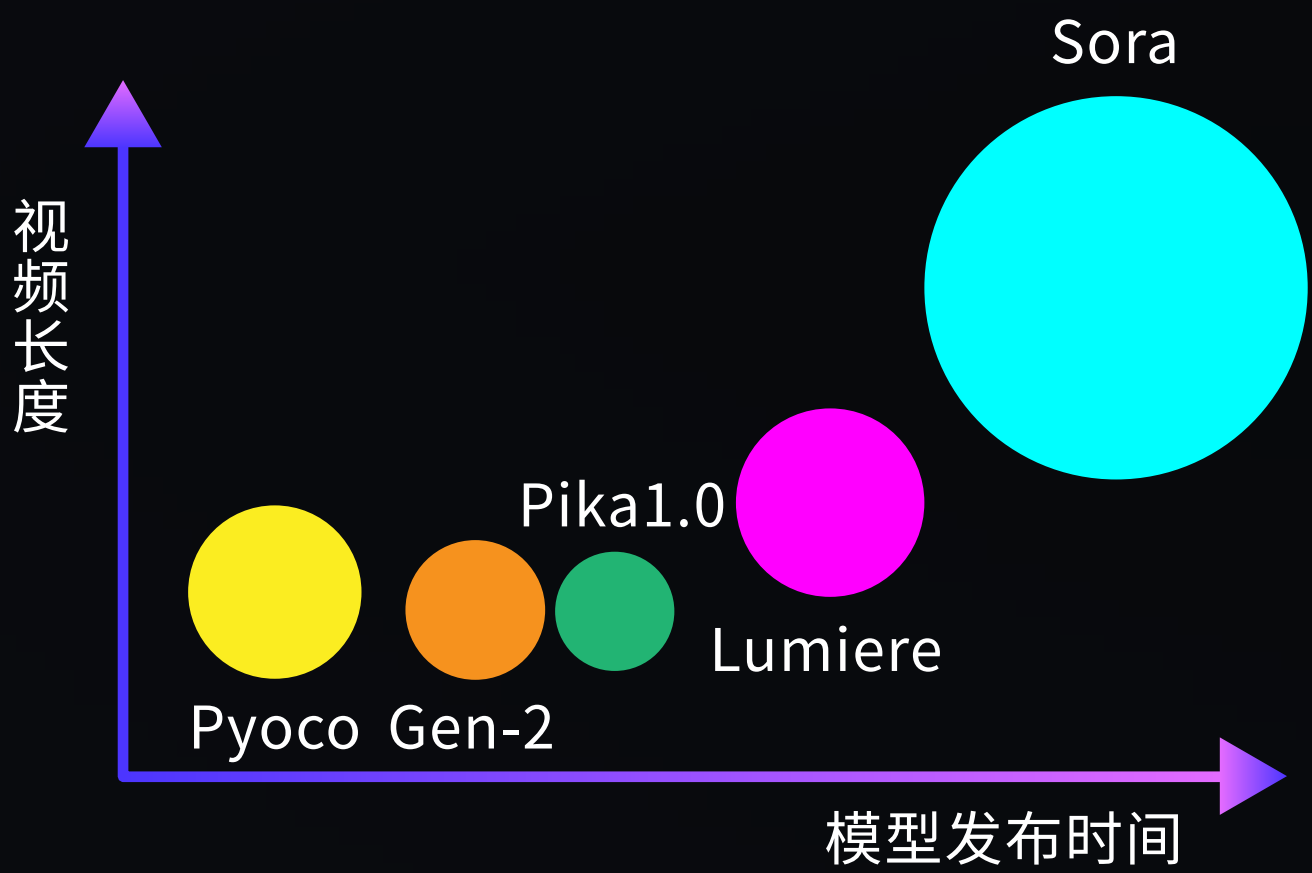
大模型飞速发展:AI成为基础性平台带来产业级投资机会

大模型的演进让AIGC的商业化迅速落地是2023年的亮点,主要集中在图片、视频等方向的生成,随着算力的的增加,大型语言模型的引入,AI即将成为新的技术基础平台,模型即服务(MaaS)将成为新一轮的机遇。但目前行业发展仍然处于早期,算力的稀缺成为模型限制的要素。

目前在文字、图片等静态内容生产上运用普遍,门槛较低,质量稳定,已有成熟的商用应用。随着视频生成等多模态模型的发展,2024年将会给更多行业带来颠覆性变革。

| | 生成式对抗网络 (GAN) | 扩散模型 (Diffusion) | GPT模型 (多模态预训练模型) | Sora模型 (多模态预扩散模型) |
|------|-------------------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------|
| 发布时间 | 2014 | 2020 | 2018 | 2024 |
| 优点 | 生成样本质量高、无需大量数据标注、适用于多种数据模型及增强 | 建模灵活,样本量大,训练过程简单可扩展 | 泛化能力、数据利用率高 | 强大的生成能力,高效的生成速度,具备可定制性 |
| 缺点 | 训练不稳定,生成样本难控制、需要大量计算资源,容易过拟合 | 数据算力需求大、模型复杂、鲁棒性较低 | 数据、算力需求大,特定模型需调参 | 算力需求大、泛化能力有限、过度依赖训练数据 |
| 意义 | 去除水印、边框等图像编辑标准化功能应用 | 对文生图、图片优化的落地应用提供大量支持 | GPT-4对于多模态进行图文、文图之间的转化有极大推动作用 | 推动了文生视频模态,生成视频场景复杂,细节准确性高 |

视频生成模型的发展



落地发展趋势：

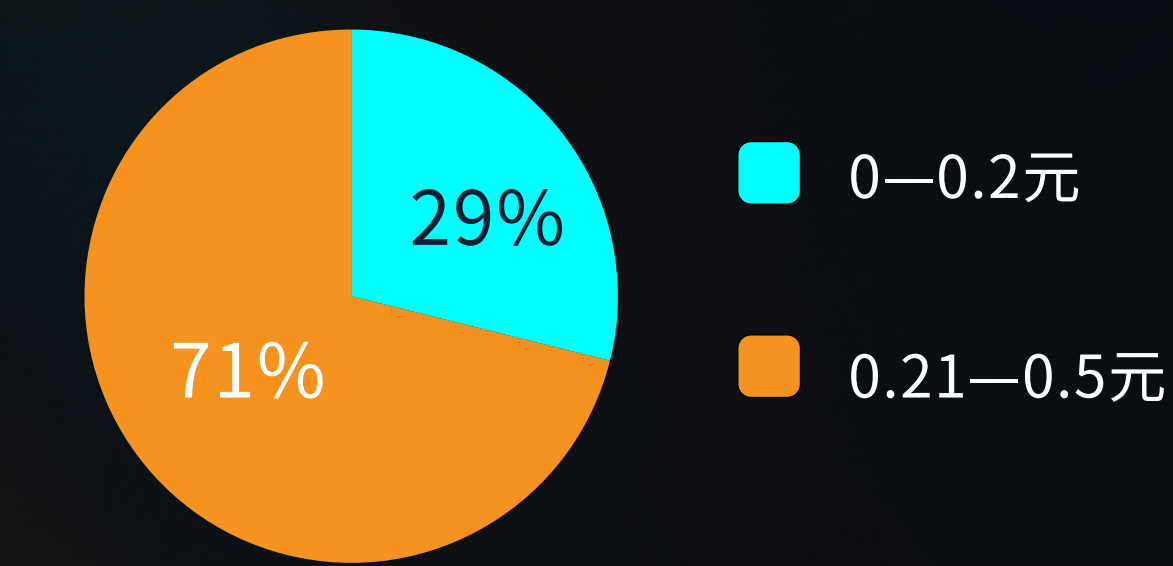
- a.快速改造AI渗透率较低的行业
- b.主要为评判标准统一、价值高的的工作进行更明确的支持
- c.视频生成质量的快速提升会改造多个行业

落地场景与商业模式:垂直模型挖掘空间大变现周期短,文字图片生成仍是主流

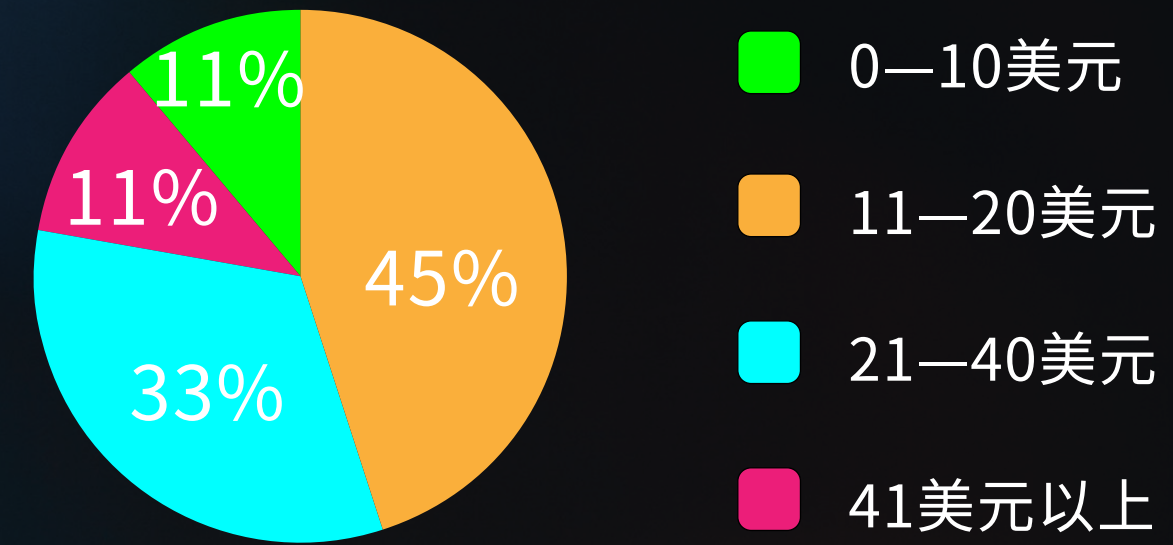
目前AIGC在C端落地主要表现为多模态内容生成等方向,通过社交链条进行裂变,通过爆款功能形成平台化是主流方向,但功能趋向于同质化。在B端的服务方面,目前随着生成效果的提升,短剧、游戏、网文等应用中的专业内容生成比例逐步提升。在商业化变现方面目前应用的定价收入较为稳定,订阅制变现仍是主流,B端服务的商业价值极为广阔。

| 热门场景 | 生成方式 | 使用的出海公司或应用 | 方向与潜力 |
|------|---------------------------------|-------------------------|---|
| 文字 | 文本生成 | 彩云小梦 百度智能创作平台 阅文 | 通过文本分类、命名支持、情感分析等功能来赋能写作,主要通过ai丰富设定,辅助创作 在出海本土化方面有较大空间 |
| 短剧 | 场景生成、本土化翻译、字幕编辑等 | Reelshort DramaBox | 视频场景生成,本土化换脸、短剧翻译本土化、字幕编辑及生成 |
| 游戏 | 图片(图像、CG)生成、视频生成、代码生成、策略生成,剧情生成 | 腾讯Allab 网易伏羲 行者AI | 游戏视频及3D模型生成成为未来增长的主要潜力方向,可以降低70%左右的成本 每一个资产背后都可以通过AI生成,极大增强可玩性和游戏性 |
| 数字营销 | 文本生成、图片生成、3D场景生成、数字人生成、3D试穿 | 字节旗下沸寂、 阿里巴巴、京东等 | 提升垂直营销效果与沉浸感,更适用于Z世代的需求,对于出海本土化痛点解决与成本降低有显著作用 |

海外头部AI作图应用单张图定价比例



海外头部智能写作应用月订阅费分布

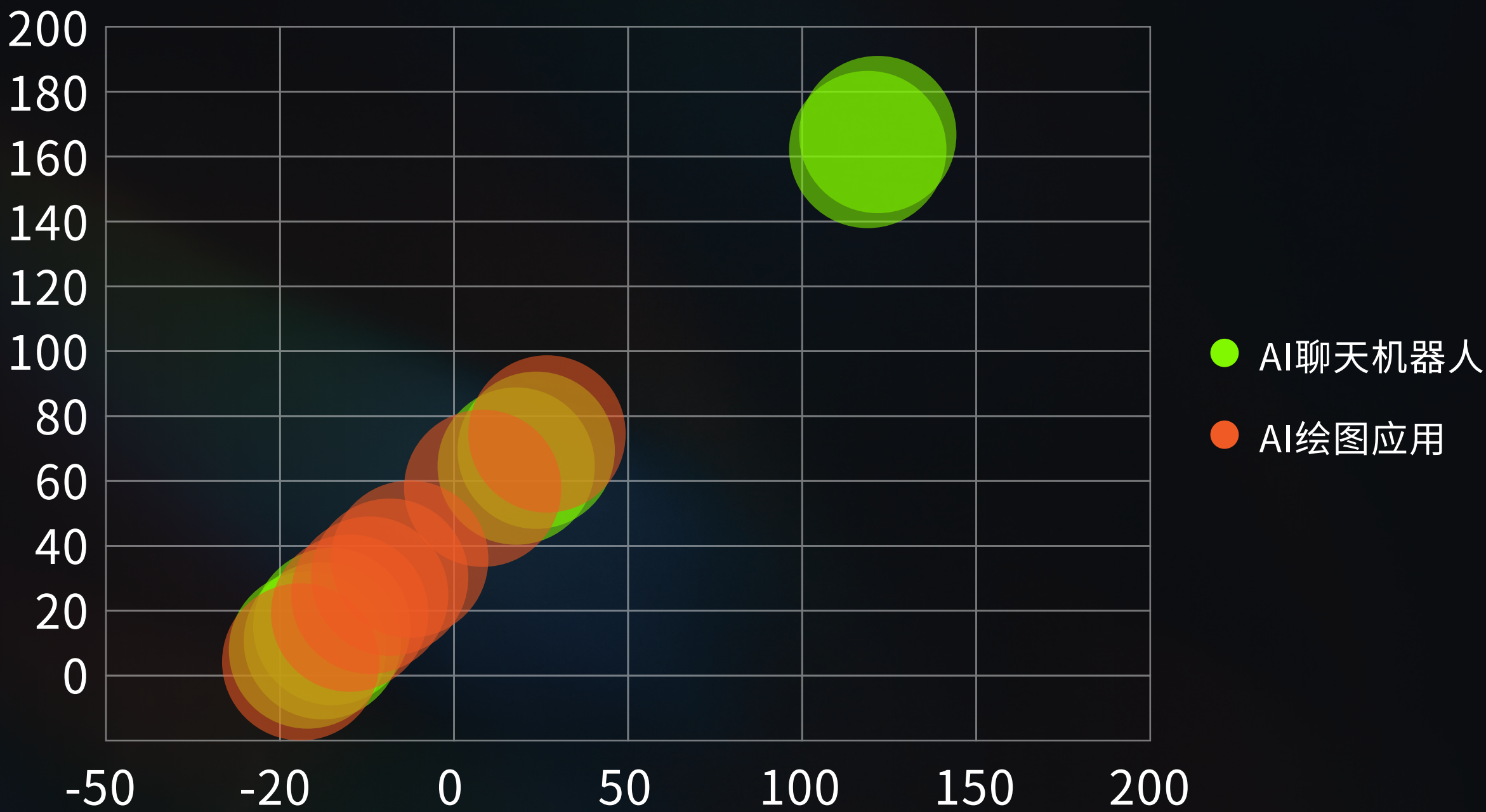
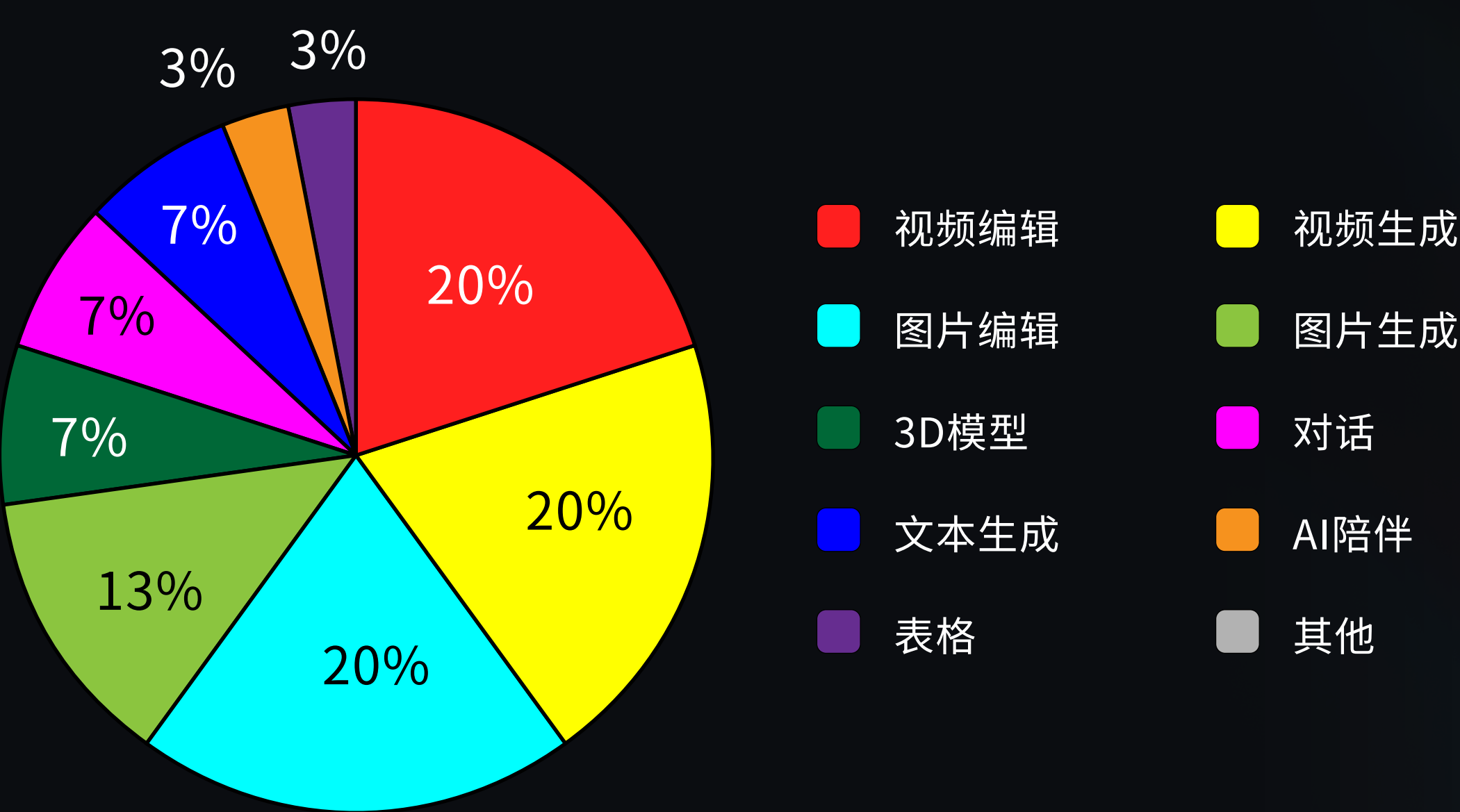


持续增加的AIGC应用：以图片生成为主，生命周期普遍较短

目前AIGC的C端应用场景主要以多模态内容生成与聊天机器人为主，图片生成随着社交裂变可以达到快速获客变现的效果，但是应用的生命周期普遍较短，目前的趋势是增加AI在图片视频中使用场景，增加标准化低门槛指令，并增加ai在社交聊天中的比重，挖掘ai机器人在对话阶段的智能性及解决刚需场景。聊天应用的飞轮效应值得进一步聚焦、3D模型生成，商务需求处也存在蓝海。

目前从生命周期上来看，AI图片生成式应用目前生命周期普遍偏低，而大模型为基础，可以满足多场景需求的聊天式文字生成应用则可以长期占据头部。

2024年1月AI产品出海流量排名



数据来源:AI产品榜 aicpb.com

03 游戏新势力： 复合玩法革新，挖掘潜力市场

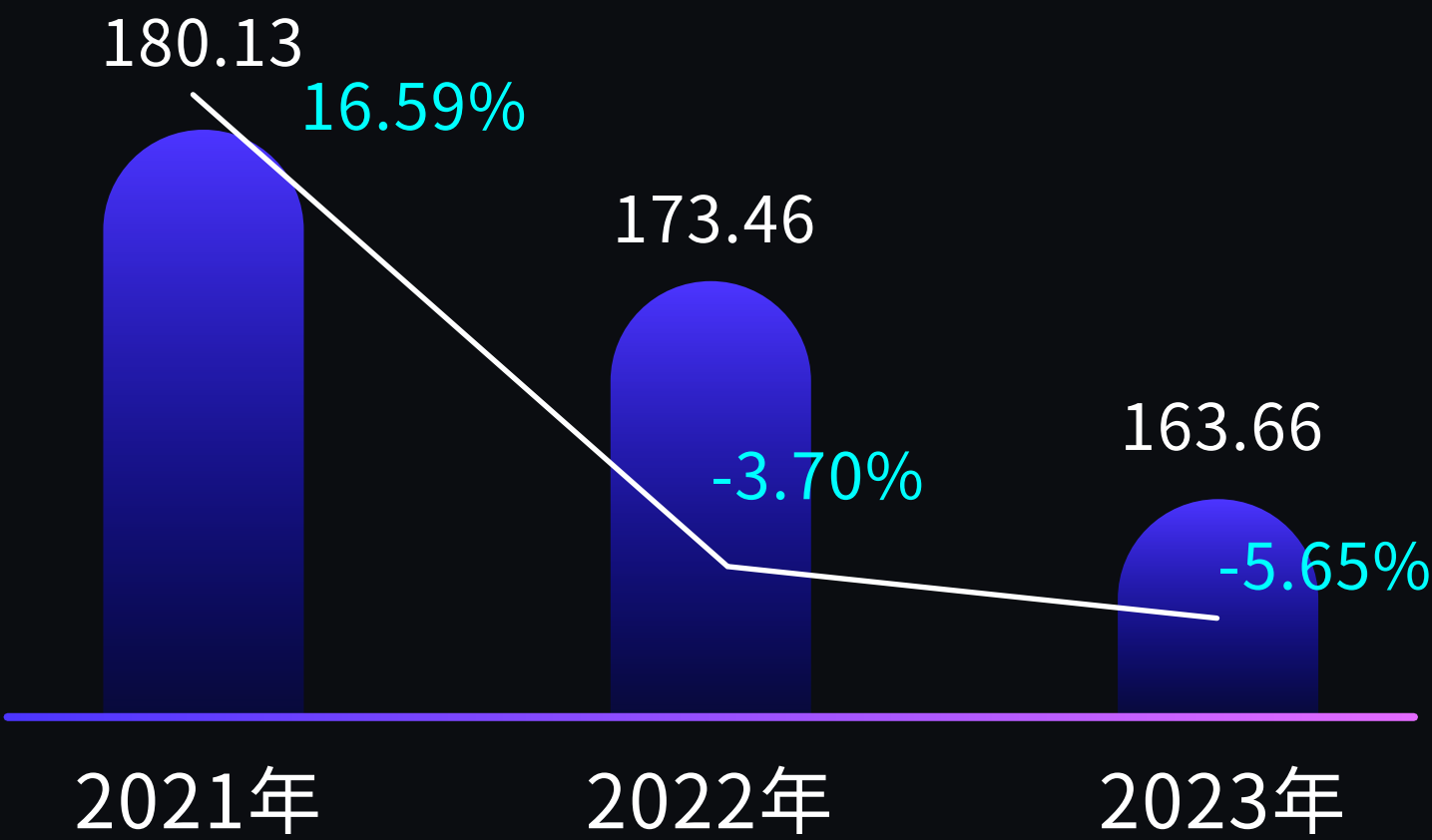
游戏出海的优势与黑马:SLG新品挖掘增量玩家,派对与休闲品类具备新亮点

2023年的海外游戏总体规模下行,手游用户的支出有所缩减,主要由于宏观环境变化及疫情之后的红利下降。2023年手游玩家总支出为616亿美元,小幅下滑2.7%,出海手游的收入同样受到冲击。但出海游戏在几个垂直品类中仍保持优势,并出现了潜力方向,包括策略,模拟,派对等,策略品类中复合玩法扩大了用户触达范围,派对游戏、休闲等品类也出现新的玩法模式。

出海游戏品类亮点及机遇

| 出海品类 | 国内厂商竞争优势 | 新锐黑马应用 | 创新亮点及玩法 |
|------|--------------------------------------|---|--|
| 策略 | 国内厂商具备领先地位,传统收入优势赛道 |  | 4X行军战斗品类,多元复合玩法扩大受众与变现效果。通过副玩法与主玩法的结合,优化买量效果 |
| 模拟 | 在国内变现效果良好,在海外农场经营玩法出海厂商有优势,偏好程度明显增强。 |  | 女性向及农场类玩法,女性向恋爱养成类游戏结合多元元素,吸引更多受众 |
| 派对 | 新锐赛道,国内开发者带入新玩法,集合社交优势 |  | 合家欢吃鸡类玩法,结合社交玩法,弱竞技 |
| 超休闲 | 成功玩法结合买量优势,开拓新兴市场。 |  | 微信小游戏出海,延续国内成功玩法出海港澳台及东南亚地区。 |

出海游戏销售量级及增长率



● 自研出海游戏海外营销收入(亿美元)

● 增长率

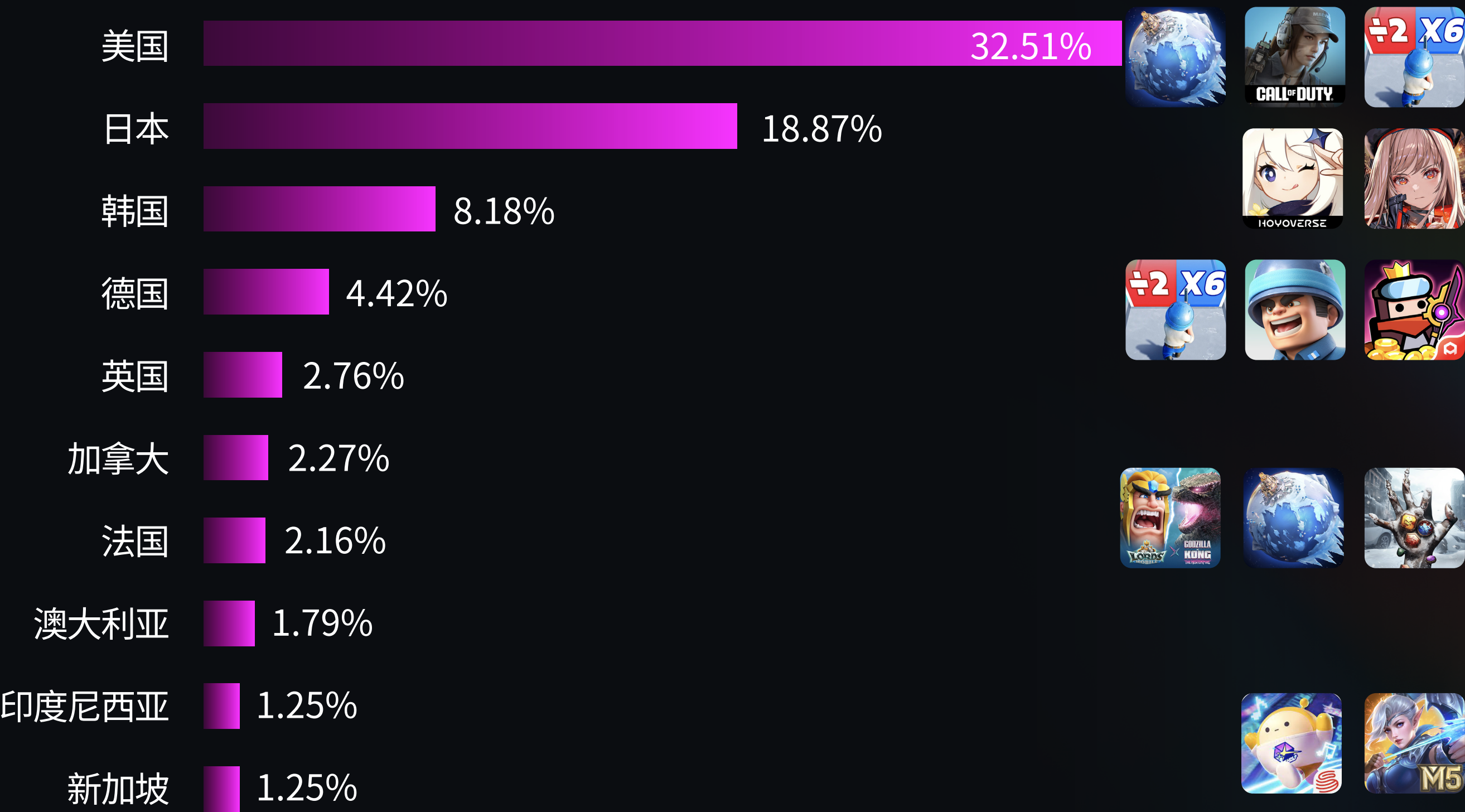
数据来源:伽马数据《2023年中国游戏出海年度报告》

游戏出海区域与变现方式：高净值地区引关注，日韩仍有增长机遇

出海游戏目前市场竞争紧张，头部公司占据优势赛道和头部游戏的先发优势，中小游戏在传统赛道中的机遇减小；从变现角度来说，轻量游戏的纯IAA变现模式已经触顶，混合变现方式发展迅速。

目前中国出海手游的收入仍然集中于美国、日本、韩国，占据了超过50%的收入，形成非常牢固的地域优势。德国法国的收入则有所衰减，这也与宏观环境的变动有关。日韩仍有增长机遇，海湾地区、巴西墨西哥等地区具备高潜力玩家基础，在特定品类上值得深挖。

2023出海游戏收入排名及出海重点游戏



| 区域 | 玩家基础 | 潜力方向 |
|----------------|----------------------------------|--|
| 东南亚 | 用户游戏市场较长,超过其他市场 | 问答、卡牌类新增游戏多,竞速投放增长 |
| 海湾地区 | 高净值玩家多,付费意愿强,花在移动设备上的时间多,热衷于移动游戏 | 有社交及副玩法的策略型游戏,策略玩法深度挖掘 阿联酋的休闲游戏成长较快 |
| 土耳其 | 获客成本低,玩家群体快速增长 | 本土化棋牌游戏 |
| 拉美 (墨西哥、巴西) | Z世代增速高,收入增速快,热衷本地化的背景及内容 | 幻想、体育、博彩等方向 |

数据来源:伽马数据《2023年中国游戏出海年度报告》

AI对游戏研发赋能：新生产力降低研发成本，也造成同质化挑战

出海游戏中AI的广泛应用也给了游戏行业较大的挑战, AI对游戏行业的赋能主要在**游戏内容生产, 虚拟场景制作, 模拟玩家进行测试方面**, 成本节省极大, 目前已在很多项目中落地, 同时也造成了游戏内容同质化的风险, 对于游戏如何通过游戏性建设自己的独有优势将成为新挑战。而未来随着AI的泛用和门槛下降, AI对于社交场景, 玩家游戏性和互动形式的优化, 也将成为更具备独特性, 游戏突破亮点的预期。

| AI赋能方向 | 赋能内容 | 技术 | 降低成本比例 | |
|----------|----------------------|----------------|-------------|---------|
| 游戏内容制作 | 美术、模型、文案、语音等生成 | 多模态内容生成 | <div></div> | 10%—70% |
| 提升测试效果 | 模仿玩家行为对游戏进行测试 | 强化学习、预测分析 | <div></div> | 50% |
| 提升角色真实效果 | 提升虚拟角色, 场景真实性, 丰富游戏性 | 深度学习、语音生成及物理模拟 | <div></div> | 70%左右 |

04 内容出海亮点： 短剧及IP链条的进一步延伸

短剧的崛起与升级内容：视频观看习惯及网文IP的衍生

短剧是2023年海外泛娱乐内容应用的新亮点，也是国内内容出海的新高地。国内出海应用在网文漫画等泛娱乐内容领域取得突破之后，通过短剧的拍摄与输出为海外内容出海孵化新的形式。在经过两年发展之后，短剧在海外探索出了稳定盈利的商业模式和用户需求，且内容匹配度与用户受众范围仍在不断扩大，头部应用数据收入良好，2024年内容将向精品化、IP多样化方向发展、竞争区域扩大、本土化智能度提升。

出海短剧特点、优势及变现方向

| | |
|----------|--|
| 出海短剧特点 | 制作门槛低、高戏剧性、不同区域之间内容偏好多样性，产业链较短 |
| 出海短剧优势 | 短视频观看形态有用户基础、规模潜力大、本土需求洞察深刻，成本低用户付费意愿好，用户触达渠道多 |
| 海外短剧目标用户 | 欧美地区用户以20-40岁女性为主，主要在碎片时间消费娱乐内容，喜好网文、长音频、超休闲游戏。东南亚地区的男性用户比例相对美国较高，用户付费意愿相对较低 |
| 变现模式 | 单集付费/会员订阅(海外主流)/广告模式 |
| 主要国家地区 | 以美国、印度、加拿大、英国、澳大利亚、印尼、泰国等为主 |

不同地区短剧应用的内容偏好

| 地区 | 代表短剧出海应用 | 主流内容趋向 | 竞争程度 |
|-----|--|---|------|
| 欧美澳 | <div><div>ReelShort</div><div>Dramabox</div><div>GoodShort</div><div>ShortTV</div></div> | 女频类的狼人、先婚后爱 契约婚姻、霸总等题材 | 高 |
| 东南亚 | <div><div>FlexTV</div><div>ReelShort</div><div>MoboReels</div><div>Dramabox</div></div> | 女频类的霸总、王妃、先婚后爱、办公室恋情 男频的赘婿、神医、军神、龙王等题材 | 高 |
| 港澳台 | <div><div>Dramabox</div><div>ShortTV</div></div> | 大陆短剧内容直接移植，女频的霸总、宫斗、 马甲打脸，男频的赘婿、神医、战神、龙王、捡宝等题材 | 中等 |

其他内容品类出海的新亮点：不同内容模式交互增加，IP放大效应增强

在非游戏的泛娱乐内容出海应用，亮点仍然在网文、漫画、音频等方向，随着出海应用的本土化运营能力上升，对海外用户洞察力头部公司已经牢固占据了优势，通过爆款内容形成了飞轮效应，并借助网文在产业链头部的优势，向漫画、短剧、音频等方向进行衍生，形成生态机遇。流媒体在各地区的投入增长也反哺了短剧的观影习惯。 在区域上，除了以美国作为深耕的热点地区之外，东南亚拉美中东是仍然在突破的亮点，。此外，大部分热门阅读应用目前也都在关注土耳其、印尼、巴西、智利等国家。

内容出海2024发展趋势：

AIGC技术加入简化内容生产成本，UGC的产出门槛降低，增加内容的多样性与形式

海外市场的用户增量集中于互动性强的部分，加强互动性与游戏性的内容仍有增量

本土营销与渠道的深度触达，爆款内容吸引消费用户，通过消费用户吸引潜在作者，从而推进飞轮效应

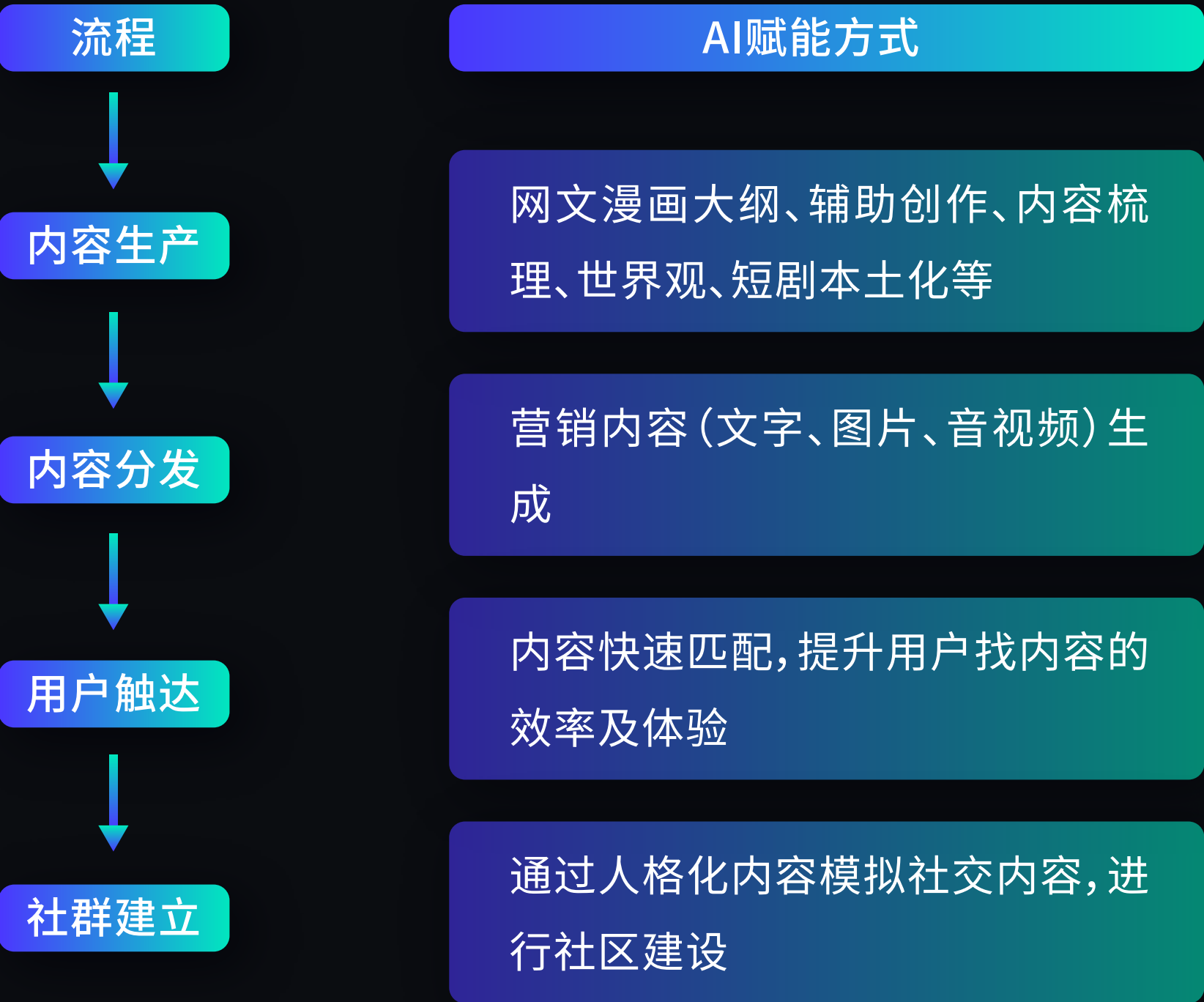
美国仍是出海内容输出的头部国家，占据60%以上的收入，但是巴西、土耳其、阿根廷等国家或地区的内容需求量也在增长，流媒体支出巴西在翻倍上涨。

移动应用内容价值链的传递



AIGC+内容的赋能：内容成本下沉，打破专业能力生产界限的界限

AI在出海内容行业的辅助生产过程中已经较为普遍,对于中腰部作品及类爆款作品创作给予较大助力,对于普通用户来说,内容制造的门槛下降,PGC与UGC的界限会逐渐被打破。此外,AIGC的落地也加快了短剧的本土化,一方面是在拍摄的过程中提升内容创作及后期制作的效率。另一方面是对国内成熟短剧进行本土化,提升出新短剧的数量与质量。同时,AIGC在社交领域也有较大的优势,通过内容生成来快速判断内容与情绪,可以初步满足用户在情绪上的价值需求。



AI工具对于短剧赋能的方式及降低的人工成本

| 短剧制作及本土化过程中AIGC应用的方向 | 拍摄 | 后期制作 | 对外发布 | 本土化 |
|----------------------|------------------------------------|------------------------------|------------------------|--|
| | AI剧情大纲生成 背景创作 换脸重拍 AI动画形成 | 特效制作 文字编辑 模板匹配 后期配音 | 自动字幕 宣传物料制作 自动解说 | 内容翻译 字幕及内部标志替换 多角色克隆配音 换脸重拍 智能文字编辑 |
| | AI费用相比人工费用的比例 | 0.5-1% | 0.2-1% | 1% |

05 新工具： AI助推企业端服务快速智能化

企业服务出海工具的高效推进

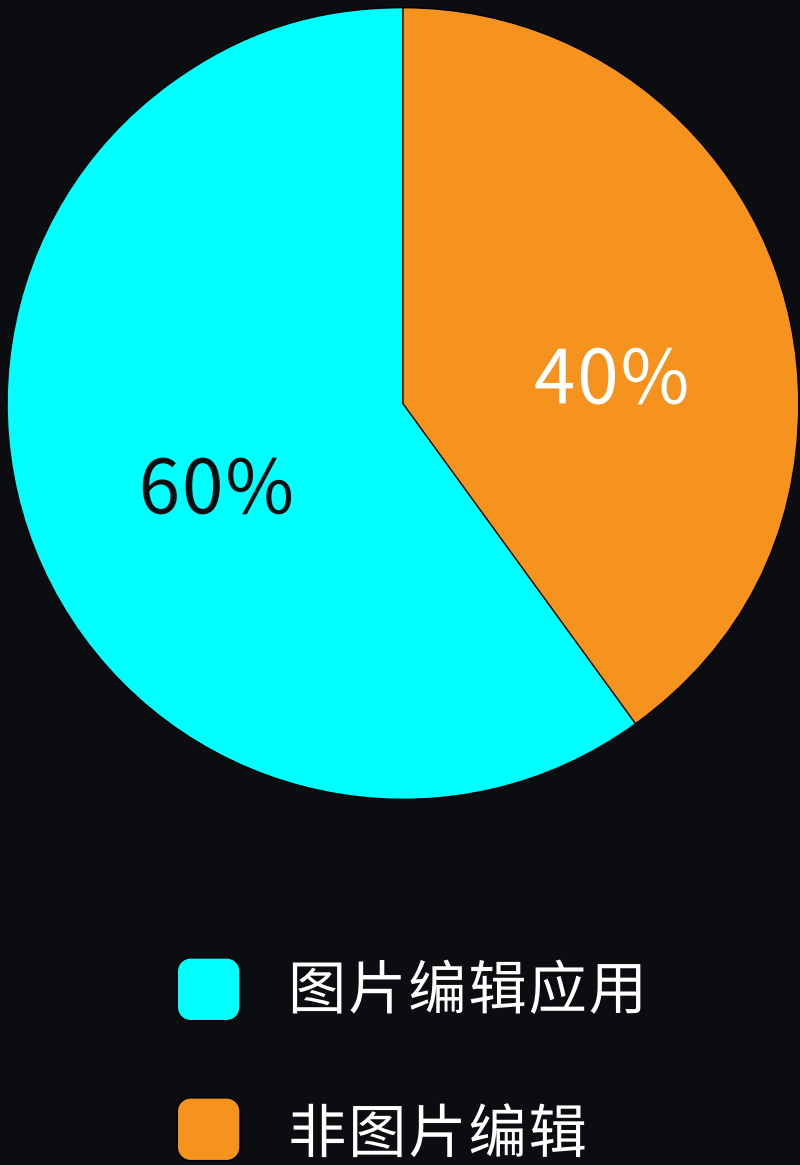
随着新科技全球化速度的加快,企业级服务与全球化的融合也成为了关键,随着大数据与AI的快速发展,出海服务生态初步显现。随着Chat UI、Copilot 的交互模式的扩展,企业服务的标准化场景及易用性将大幅提升。这部分辅助出海公司全球化的业务**主要涵盖本土化营销、基础IT、智慧办公、法律合规、金融风控**等多个自动化流程类领域。除了欧美这类付费意愿较高的地区,其他新兴市场的痛点也值得关注。

| AI对于出海B端服务的亮点赋能方向 | | | | | 新兴市场区域 | 痛点 | 热门行业及方向 |
|-------------------|--|------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|--------|--|----------------------|
| 需求方向 | 本土营销 | 智慧办公 | 金融风控 | 法务合规 | 东南亚 | 营销内容需求量大 本土化需求大 服务外包需求大 | 直播、社交 电商、游戏 电商 |
| | 消费者画像及市场数据分析 本土化营销素材生成 数字人生成 定制化本土广告及投放 智能客服对话 | 会议助手 远程标准化协同 多元化文本生成 智能硬件 | 提升支付效率降低成本 智能客服 智能风险识别及决策推荐 | 内容合规检测 流程自动化 本土化合规文件一站式生成及申报 | 中东 | 本土化落地难 用户需求难以判断 数字基建不完善 合规需求高 | 游戏、社交 电商、直播 |
| 技术需求 | 逻辑分析、跨文化情感分析 多模态内容生成、自然语言处理、图像识别处理、机器学习 | | | | 拉美 | 法律法规要求较多 本土化 税务合规需求复杂 风控压力较大 | 电商、游戏 泛娱乐 金融科技 |

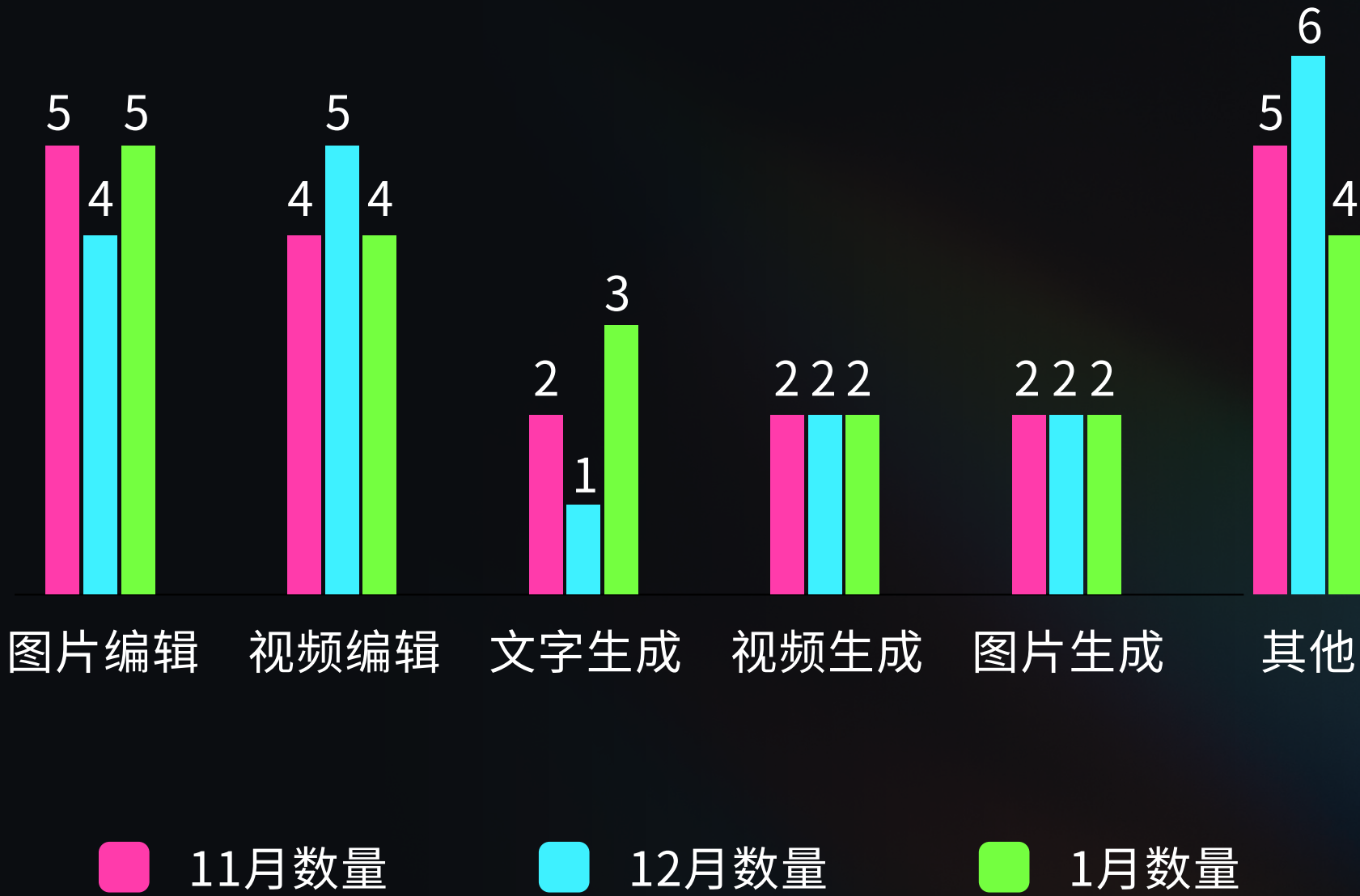
依托内容表达的智能工具助推出海

辅助内容的C端出海内容创作主要以剪辑生成工具为主,对于基础内容进行跨模态修正及生成,辅助内容表达,C端可以低门槛接触到AI赋能工具,革新内容生产方式。目前的海外市场工具类头部应用投放已被AI图片剪辑处理工具占据60%的比重,而出海应用在视频增强和编辑方面依托短视频的平台生态效应快速获客,随着视频生成模型的发展,在2024年也有更大的发展空间。

工具投放榜头部应用AI图片编辑的比例



出海AI工具Top20分类分布



AI出海工具的主要应用需求

| 分类 | 热门需求 |
|------|---|
| 图片编辑 | 背景删除、缩放、艺术效果、滤镜、个性化美颜、一键美化, 平面设计, 老照片修复 |
| 视频编辑 | 语音转文字, 视频效果增强、提升视频质量, 剪辑助手, 热度评分 |
| 语音识别 | 音频转录为文字 |
| 资料整理 | 自动识别语言结构进行结论整合 |

数据来源: AI Hackathon

06 2024年 新科技出海趋势展望

2024年新科技出海趋势展望：AIGC深度应用，挖掘垂直品类新玩法

多模态高质量内容生成及商业化落地是主要亮点

海外大模型发展迅速，多模态内容生成质量、类型丰富度提升速度飞快，对大模型的商业化场景改造将成为亮点，B端服务将有更大智能化改造空间，商业化增长空间大，在数字营销、智能办公、支付合规等多方面需求上涨迅速，同时需要注意AI在进行生成与决策时与各种行业的贴合度。

欧美付费意愿强大，挖掘新兴市场痛点

从地区来看，AI应用仍然在欧美市场有着强大的号召力，目前无论是收入还是投放也都以欧美市场为主，一方面欧美有着AIGC的先发优势，一方面当地用户对新功能接受度更高。新兴市场的AI需求可以先通过解决企业端痛点为主，便于商业化模式的建立。

内容生成门槛下降，泛娱乐内容出海再被革新

AIGC技术的迭代快速降低内容生产成本，C端生产内容的质量将会在速度、质量、多样性上得到快速提升，这不仅改变用户浏览内容的习惯，社交方式，创作意愿等方面也会有所提升，会有更多内容生产的应用进行切入，并形成平台效应。

垂直类型易出爆款，考验海外精细化本土化运营

泛娱乐内容出海随着海外需求稳定竞争更加激烈，想要找到一个全新的蓝海领域相对来说机会较少。目前对于国内出海的开发者来说在蓝海领域内的垂直精细化运营，通过对商业化，获客营销及本土化内容的精进获得爆款，并通过产业链的延伸提升内容衍生价值，将成为头部应用成功的关键。

官网: <https://zxchuhai.com>

邮箱: business@zxchuhai.com

地址: 北京市海淀区苏州街18号长远天地B1座1802



扫码关注



扫码了解详情